

استانداردهای کودکان در طراحی

برنامه‌های تلویزیونی

ژینت شهبازیان

هنرها

گرافیک یکی از هنرهای تصویری و از اجزای جداناپذیر رسانه‌های بصری است. از آنجایی که در عصر کنونی تلویزیون به عنوان مهم‌ترین رسانه بصری نقش فراگیری یافته است، گرافیک تلویزیونی به عنوان شاخه‌ای تخصصی با راهکارها و شیوه‌های خود، در ساختارهای مختلف برنامه‌های تلویزیونی کاربرد داشته و نقش کلیدی را ایفا می‌کند. به دلیل اهمیت تلویزیون به عنوان بخشی از تجربیات رشد کودک و نقش آن در تعلیم و تربیت، در حوزه زیرساخت‌های بصری که گرافیک مهم‌ترین آن‌هاست توجه به روحیات، علاقه‌مندی‌ها و دغدغه‌های کودکان در فضاهای تصویری این برنامه‌ها و به‌خصوص در زمینه آموزش و پرورش، لازم است.

اولین تجربه یک طفل برای شناسایی محیط پیرامون خود حس لامسه است که با کمک بقیه حواس، درک خود را از محیط اطراف بالا می‌برد. اما حس بینایی در کودکان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، چراکه او از طریق دیدن می‌تواند رابطه‌ها را کشف کند. کودکان که با تلویزیون، عکس، فیلم و... بزرگ شده‌اند، بدون آن‌که به مدرسه رفته باشند با سواد هستند و بیش‌تر از آن‌چه بزرگ‌ترها فکر می‌کنند اطلاعات دارند، منتها این سواد، بصری و غیرلغوی است که از طریق ارتباط بصری کشف شده است.

کلام در ذهن نوزاد دیرتر از تصویر شکل می‌گیرد و به مراتب می‌آموزد با آن‌چه از طریق کلام به او منتقل می‌شود، ارتباط برقرار کند. کودک قبل از آن‌که سخن گفتن را بیاموزد ابتدا تصاویر بر ذهنش تأثیر می‌گذارند و به این طریق با جهان پیرامون خود آشنا می‌شود. در نتیجه اثربخشی کودکان در مقابل تصاویر، از بزرگ‌ترها بیش‌تر است، در نتیجه

زمانی که پا به کودکستان می‌گذارد از جهات بصری بیش‌تر از آن‌چه ما فکر می‌کنیم با سواد و قادر به برقراری ارتباط شده است. آن‌ها جهان تصویری را می‌شناسند، لغات و عبارات و اصطلاحات فراوانی را می‌دانند و سمبل‌های تصویری را درک می‌کنند، هرچند قدرت خواندن یا نوشتن آن‌ها را ندارند، اما با مفاهیم و روابط آن‌ها کاملاً آشنا هستند. بیان تصویری بهتر و مؤثرتر از هرکلامی می‌تواند به رشد همه جانبه و مؤثر کودک کمک کند. شناخت سمبل‌های تصویری هیچ‌گونه ارتباطی به سواد خواندن و نوشتن و زبان ندارد. تمدن انسانی نیز در نوزادی خود چیزی جز برقراری ارتباط به واسطه تصاویر نبوده است.

کودک خود به خود و به‌طور طبیعی، لحظه به لحظه در حال ثبت دیدنی‌ها و شنیدنی‌هاست. اگر اطلاعات خاصی را برای انتقال به کودکان در نظر داریم، باید قبل از هر چیز مطالعه کنیم که راه درست برای چنین عملی چیست؟ و اگر کودک اولین بار است که با این مطلب برخورد می‌کند، آیا مطلب برای او جذاب است یا خیر؟

کودک را باید متوجه اهمیت مطالب کرد و دلایل علاقه کودکان به مطالب خاص را پیدا کرد. این کلیدهای اطلاع‌رسانی با شناسایی بموقع و دقیق می‌توانند در شکوفایی کامل استعدادها و کودکان و بالا بردن کیفیت آموزشی و در جهت خلاق‌سازی ذهن کودکان جامعه مؤثر باشند.

کودک از بدو تولد تحت تأثیر عوامل محیطی خویش قرار دارد و برای تأثیرپذیری از طرح و رنگ و نور آماده است و تلویزیون این مجموعه متحرک طرح و رنگ و نور در گوشه‌ای از خانه حضورش را به رخ می‌کشد و بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی کودکان است. تلویزیون از همان آغاز زندگی کودکان نقش مهمی در اجتماعی کردن آنان دارد. درجه‌ای به

جهان خارج است که مدت‌ها قبل از آن‌که کودکان با مدرسه و همسالان سر و کار داشته باشند از طریق آن اطلاعات و ارزش‌هایی را کسب می‌کنند. حتی وقتی که کودکان صرفاً برای سرگرمی تلویزیون تماشا می‌کنند از آن چیزهایی می‌آموزند. برای کودکان تلویزیون یعنی آموزش.

تحقیقات روان‌شناسان نشان داده است که کودکان ابتدا به قصد تفریح و سرگرمی به سوی برنامه‌های ویژه خود به تلویزیون جذب می‌شوند و سپس کشش و تنوعی که لابه‌لای مختلف برنامه‌ها نهفته است او را به فکر و اندیشه وامی‌دارد. در صورتی که برنامه مورد علاقه‌اش حاوی پیامی باشد ضمن دریافت، درباره آن با دقت به جست‌وجو می‌پردازد و در نخستین گام‌های این کنکاش از پدر و مادر و سایرین به جوابی که از نظر او قانع‌کننده است خواهد رسید. تنوع و تحریک، عناصر اصلی فرم مناسب ارتباط با کودکان است. ذهن کودک باید به تکاپو واداشته شود و ضمن پاسخگویی به مشغولیت‌های همیشگی‌اش، در مواجهه با سؤال‌های جدید قرار گیرد. طرح سؤال و پاسخگویی اهمیت ویژه‌ای دارد. بیان سؤال، طلب فکر در جهانی نرم و ظریف با هاله‌ای گرم از عواطف است که در برابر کودکان کارکرد می‌یابد. در این صورت کودکان می‌بینند، گوش می‌دهند و کشف می‌کنند، کشفی که از آن خود بچه‌هاست. از این‌رو دوستش دارند و با آن زندگی می‌کنند.

برنامه‌ریزی و تولید هرگونه آثاری برای کودکان همواره وسواس و دقت خاصی می‌طلبد و آن‌چه بر چنین دقتی صحنه می‌گذارد، پی‌ریزی شخصیت آینده آنان در دوران کودکی و نوجوانی است و هرچه در دوره نونهالی از نظر آموزش و تربیت دریافت کنند در آینده‌ای نه چندان دور در شکل‌گیری شخصیت روحی و روانی آنان دخیل خواهد بود.

مربیان از اهمیت تلویزیون در خارج از مدرسه به عنوان بخشی از تجربیات رشد کودکان و کاربرد آن در تعلیم و تربیت کاملاً آگاه‌اند.

هر برنامه ساختارهایی دارد که بر مبنای آن یک اثر ساخته می‌شود. طراحی لباس، کارگردانی، مونتاژ، نورپردازی، عروسک‌سازی، عروسک‌گردانی، صدابرداری، سینماتوگرافی cinematography، گریم، موسیقی و انیمیشن، گروه‌هایی فنی هستند که تحت یک نظام تولید بسیار معین و مشخص در تولید یک برنامه کودک همکاری می‌کنند.

در پشت این گروه‌های فنی، گروه‌های تحقیقاتی متخصصی وجود دارند که شامل روان‌شناس، رفتارشناس، روان‌شناس عمومی، روان‌شناس کودک، جامعه‌شناس و کارشناس علوم تربیتی هستند. این گروه‌های محقق در واقع تحقیق مورد نظر را در اختیار تهیه‌کننده قرار می‌دهند تا در اختیار کارگردان یا فیلمنامه‌نویس قرار گرفته و در نهایت به اجرا درآید. گروه تحقیق با این‌که از قبل مخاطب‌شناسی را انجام داده در نهایت نمونه‌های تولیدی را حتماً با بخشی از مخاطبان آزمایش می‌کند تا کارایی آموزشی و تأثیر مثبت برنامه‌ها را در جامعه آماری که کودکان باشند، بسنجد.

برنامه‌ای که دارای سابقه طولانی و چند ساله باشد متفاوت از برنامه‌ای است که تازه تولید می‌شود. برنامه‌های پرسابقه دارای نظام تولیدی تعریف شده مبتنی بر یک برنامه‌ریزی دقیق هستند که نه تنها از نظر تولید به روز است، بلکه در هر دوره مخاطب و جامعه‌اش را مطالعه می‌کند. تکنیک‌های مدرنی که قرار است در این برنامه‌ها به کار گرفته شود باید با فرآیند تولید، هماهنگ شده و به لطیف‌ترین و زیباترین شکل و در کم‌ترین زمان آموزش را به کودکان انتقال دهد.

عناوینی که برای آموزش کودکان انتخاب می‌شود عناوینی است که باید به کودک تفهیم شده و پایه شخصیت کودک را بسازد. این‌ها از آموزش‌هایی شروع می‌شود که والدین درصدد تفهیم آن به کودک هستند و معمولاً در جواب به چراها و سؤالات

پی‌درپی و کنجکاوانه کودکان مطرح می‌شود. این آموزش‌ها شامل آداب خوردن، با معرفی تأثیر خوراکی‌ها در رشد کودک، آموزش الفبا، آموزش اعداد برای ادراک ریاضی جهان پیرامون و شناخت کمیت و تعداد و اعداد در حد پایه و... است که کودک را برای ورود به جامعه‌ای غیراز -خانواده یعنی کودکان آماده می‌کند. در ساختار برنامه‌ها هیچ‌چیز نباید ثابت و جامد و ایستا باشد. فیزیک برنامه باید دارای حرکت و به همراه موسیقی باشد. موسیقی کنش درونی بچه را تحریک می‌کند و باید با فیزیک حرکتی نمادها و پرسوناژها هارمونی داشته باشد.

تلفیق فیلم انیمیشن با پرسوناژهای زنده و انسانی و بخش‌های عروسکی باید طوری طراحی شود که کودکان را از رئالیسم دور نکند، یعنی کودک در جهانی قرار نگیرد که پر از فانتزی و تخیل باشد و با جهان پیرامون و جایی که در آن زندگی می‌کند منطبق نباشد.

و در مجموع، فضایی که در برنامه به وجود می‌آید (چه عروسک، چه انسان و چه انیمیشن) نباید ذهن کودک را به فضایی فراواقعی پرتاب کند که در حقیقت وجود ندارد و کودک آن را نمی‌شناسد.

کودکان در برخورد با تلویزیون واکنش‌های متفاوتی را از خود نشان می‌دهند که عمده آن‌ها بدین شرح است:

۱. کودکان برنامه‌هایی را که نیاز به دقت و توجه زیاد دارد، نمی‌طلبند.
۲. کودکان برنامه‌هایی را که به بیان گفتاری مستقیم اتکا می‌کند دوست ندارند.
۳. کودکان برنامه‌های کم‌مدی و شوخ‌طبعانه را دوست دارند.
۴. کودکان حرکات سریع و واضح و ترفندهای سمعی و بصری را دوست دارند.
۵. کودکان جلوه‌های ویژه را دوست دارند.
۶. کودکان برنامه‌هایی را که آن‌ها را به مدت طولانی نصیحت و سرزنش کند، دوست ندارد.
۷. کودکان تصاویری را که می‌بینند تعبیر و تفسیر

می‌کنند.

۸. کودکان برنامه‌هایی که از آن چیزی یاد می‌گیرند را دوست دارند.

اگر ما خود را به جای یک کودک سه یا چهار ساله بگذاریم، معلوم می‌شود که دنیا در نظر او به‌طور دیگری جلوه می‌کند و تأثیراتی که او از عالم خارج دریافت می‌کند، بی‌شبهت به چیزی است که ما دریافت می‌داریم. حال آن‌که ممکن است او و ما در یک نوع محیط و شرایط قرار گرفته باشیم. از آن‌جا که در نتیجه ارتباط کودکان با محیط در درجه اول، احساس و عاطفه است، استدلال و تفکر در حوزه کار کودکان تعریف خاص خود را می‌یابد. طراحی یک برنامه با کیفیت بالا در اختصاص با توسعه و بسط سهولت در مراقبت و تربیت و پرورش کودکان، یک وظیفه پیچیده و بالاست که نیاز به تخصص و استعداد و مهارت‌های ویژه‌ای دارد و مسلماً طراحان این نوع برنامه‌ها با تکیه بر مطالعات علمی و روان‌شناسانه و با شناخت کامل ویژگی‌های روحی و روانی و ذهنیات کودک می‌توانند در بهبود و بالا بردن کیفیت و جذابیت برنامه‌ها اساسی‌ترین نقش را ایفا کنند. □

پانوش:

۱. ا. داندیس، دونیس؛ مبادی سواد بصری؛ ترجمه مسعود سپهر؛ انتشارات سروش؛ تهران؛ ۱۳۷۵ ص ۱۸
۲. رساله‌ای درباب بررسی نقش گرافیک در آموزش‌های اجتماعی کودکان
۳. گوتتر، بری. مک آلر، جیل؛ کودک و تلویزیون؛ ترجمه نصرت فتی؛ انتشارات سروش؛ تهران؛ ۱۳۸۰ صص ۱۰۷ - ۱۰۶
۴. هنری ماسن، پاول، کیگان، جروم. هوستون، آلتا پارول. وی کانجر، جان چین؛ رشد و شخصیت کودک؛ ترجمه مهشید یاسایی؛ نشر مرکز؛ چاپ هشتم تهران؛ ۱۳۸۴ صص ۶۰۵

منابع:

www.bbc.co.uk

www.wikipedia.com